

证券代码：000999

证券简称：华润三九



华润三九医药股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2018-017

投资者关系 活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称 及人员姓名	华安基金
时间	2018年10月31日
地点	综合办公中心
上市公司 接待人员姓名	证券事务代表
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>1. 大健康业务的定位和后续发展策略？</p> <p>答：大健康业务未来非常有潜力，公司作为重点业务发展，但之前没有太多基础。从策略上讲，公司将把营养补充、中药滋补养生、OTC 品类延伸作为大健康布局下的几个重要方向。</p> <p>国内保健品市场刚刚起步，国人对基础营养的需求有较大的市场空间，相对于国外成熟市场，渗透率目前较低。做好保健主流营养保健品是公司</p>



目前的重点，品牌上推出了“999 今维多”。此外，公司中药业务占比高，药材前端资源基础好，从市场表现看中药滋补养生产品也是增长快的业务，公司会借助市场趋势、内在基础进一步延伸，目前推出了“鲜参蜜片”。第三个方向是依托 OTC 业务，向前端继续延伸，例如从感冒到润喉糖，以最大化利用品牌资产，实现业务协同。

从终端结构观察，三九在零售终端基础具有优势，覆盖率市场领先，大健康业务能够借助零售覆盖的优势。今年公司会加大电商拓展力度，保健品旗舰店也在开设中，随着产品的逐渐上市，电商渠道的作用力也会进一步体现。

2. 公司配方颗粒业务增长趋势？未来的发展策略？

答：近两年公司配方颗粒业务总体保持良好的增长。公司多年来致力于打造“原质原味”的配方颗粒产品系列，重视从药材资源到产品的全产业链建设，为业务的发展打下了良好的基础。近年来部分省份相继放开中药配方颗粒业务试点企业，且部分政策向本地企业倾斜，导致市场竞争格局发生变化。目前中药配方颗粒业务在整个市场占比较低，未来仍旧有一定的增长空间。未来的企业面临更多的是全产业链的竞争。针对外部环境变化，公司持续进行产业链整体能力的构建，开展基础研究及临床项目，继续加强药材种植基地建设以及药材种源研究，不断提升产品品质，增加产品数量。在临床推广方面，继续强化院企合作，打造稳固院企关系，通过智能化中药房为客户提供更加优质的服务。在终端覆盖方面，公司持续扩大终端覆盖的范围，同时努力和终端构建更紧密更全面的战略关系。



3. 公司今年管理团队的变动是否对未来业务发展方向产生影响？

答：公司原董事长和财务总监工作变动，在集团内部任职有所调整，导致公司团队有变动。公司一直保持着非常清晰的战略方向，总体战略方向不会产生大的调整。

4. 中药注射剂营收占比？未来影响情况？

答：近年公司着力培育优质口服产品，推动学术研究和市场推广工作，促进口服用药保持相对稳定的增长。经过几年的调整，中药注射剂占总体营收比例已下降，目前占总体营收比例约 8%。中药注射剂和辅助用药市场受大环境影响整体不佳，公司正通过多种方式努力实现该项业务的稳定。

5. 随着连锁药店集中趋势显现后，对公司的影响有哪些？

答：终端药店连锁化是大趋势，几年前公司就成立了 KA 连锁业务线，提出要成为终端盈利的好帮手，建立战略合作关系，我们负责提供更好的品种，药店为消费者提供产品销售服务。我们也在探讨如何增强消费者粘性，为消费者提供更好的产品。在终端药店集中度提高的过程中，品牌厂商也面临集中度提高的机会，因此我们也在寻找合适的并购机会。

6. 2018 年三季度销售费用率上升的原因及趋势？

答：公司销售费用率增长主要是以下几方面原因：一是结构影响，近年随着处方药的不断引入，以及配方颗粒等业务较快增长，处方药在公司业务中占比不断提升，而处方药业务销售费用率相对较高；二是受“两票制”



等政策推行影响，部分处方药业务中的合作推广模式占比逐步提升，销售费用率有所增长，在此过程中公司也会合理控制实际销售费用的增长。

7. 公司未来投资并购方向？

答：公司将关注国内、国际两个市场的并购机会，以产品和品牌引入为核心，同时关注独特资源和能力补充机会。自我诊疗业务重点关注占据消费者心智的品牌以及满足消费升级的产品，处方药业务重点关注围绕中药价值主题的产品。

8. 公司公开挂牌转让三九医院的进展情况？

答：目前挂牌转让三九医院正处进展中，公司将根据该交易的进展情况及时进行披露。

9. 公司 OTC 品类增速是否受提价影响？

答：在价格策略上，2015 年价格放开之后，公司逐步梳理价格策略，根据自身品牌的定位，消费者的接受程度，以及相关品类竞争的状况，做一些产品价格的调整，如近年对三九胃泰，感冒灵、强力枇杷露等产品进行了小幅度的提价。提价对品类增长有一定影响，但由于提价幅度有限，因此影响较小，品类的增长更多来源于品牌的逐渐渗透推广、消费者认知度的提升、以及终端的覆盖和动销能力，在整个过程中带动产品品类的收入增长。



	<p>10. 管理层的激励情况？</p> <p>答：目前管理层的激励以现金激励为主，薪酬结构由“基本工资+年度目标绩效奖金+战略激励”三个部分组成。在业绩的考核方面，采用对标考核的形式。华润三九层面暂时没有股权激励计划。</p>
附件清单（如有）	-
日期	2018/10/31